

KONSTRUKSI SOSIAL ANIME JEPANG DI CLUB MOTOR

Hanifal Ilham S

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
hanifalseptian@mhs.unesa.ac.id

Arief Sudrajat

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
ariefsudrajat@unesa.ac.id

Abstrak

Fokus penelitian ini meneliti tentang internalisasi mengenai *anime* pada anggota ICOSU di Surabaya, tujuan studi ini adalah untuk melihat bentuk dan mengetahui hasil dari internalisasi dari anggota ICOSU mengenai *anime*. Teori serta analisis yang digunakan adalah Peter L. Berger mengenai Konstruksi Sosial dan dipusatkan pada Internalisasinya. Terdapat 2 hal yaitu Obyektif terdiri dari pelembagaan dari institusi pendidikan dari teman sekolah dan masyarakat, kedua sebagai bentuk lembaga sekaligus pengingat, legitimasi berupa historis semasa kecil dari pelembagaan, dan Subyektif berupa Sosialisasi Primer yang mana keluarga berperan utama didalam pembentukan tentang *anime* dan Sosialisasi Sekunder di komunitas yang mempunyai serta memperkuat bentuk pemaknaan pada *anime* di setiap anggotanya. Internalisasinya berupa karakter dari salah satu *anime* yang disukai disebut *waifu*, mengoleksi merchandise dari karakter yang disukai, dan *itasha* sebagai karakter yang disematkan di kendaraan merupakan representasi kesukaan terhadap salah satu karakter tersebut.

Kata kunci: *Anime, Konstruksi Sosial, ICOSU*

Abstract

The focus of this study examines the internalization of *anime* in ICOSU members in Surabaya, the purpose of this study is to look at the form and find out the results of the internalization of ICOSU members regarding *anime*. The theory and analysis used is Peter L. Berger regarding Social Construction and focused on its internalization. There are 2 things: Objective consists of institutionalization of educational institutions from school friends and the community, both as an institution as well as a reminder, legitimacy in the form of childhood as an institutionalization, and Subjective in the form of Primary Socialization in which the family plays a major role in the formation of *anime* and secondary socialization in a community that has and strengthens the meaning of the *anime* in each of its members. The internalization in the form of a character from one of the *anime* that is preferred is called *waifu*, the second collects merchandise from the character that is preferred, and *itasha* as the character embedded in the vehicle is a favorite representation of one of the characters.

Keywords: *Construction Social, Internalization, Anime, ICOSU*

PENDAHULUAN

Indonesia mengalami peningkatan kendaraan bermotor beberapa tahun terakhir. Menurut Badan Pusat Statistik dalam kurun waktu 5 tahun terakhir jumlah kendaraan bermotor mengalami peningkatan. Jumlahnya sebesar 104.118.969 diperkirakan jumlahnya makin bertambah pada beberapa tahun kedepan (BPS, 2016). Berdasarkan gambaran di atas dapat dilihat bahwa, peningkatan kendaraan bermotor lebih dominan pada sepeda motor. Sepeda motor merupakan kendaraan yang murah dan terjangkau, lambatnya penyediaan angkutan massal di Indonesia. Banyaknya dealer atau lembaga lembaga pembiayaan yang mempermudah dalam mengangsur kepemilikan sepeda motor. (Susanto, 2014)

Fungsi lain sepeda motor adalah penanda kelas sosial. Kelas sosial merupakan pembagian individu pada masyarakat, terdiri dari nilai, minat dan perilaku

yang sama. Ukuran yang digunakan untuk pembagian kelas sosial di masyarakat yaitu pendidikan, kekayaan, pendapatan, dan lainnya. Kelas sosial menunjukkan seseorang mengenai pemilihan cenderung memilih merk yang berbeda dan produk yang ada (Nugroho J, 2003).

Adanya pembagian kelas sosial tersebut memicu masyarakat dalam membedakan kelas dalam aspek lainnya khususnya kendaraan bermotor, sehingga banyak bermunculan komunitas-komunitas dengan berbasis sepeda motor. Pembentukan komunitas kendaraan ternyata hampir semua jenis sepeda motor, diantaranya yaitu komunitas dari lintas merk, maupun cc yang membentuk sebuah visi dan misi bersama dalam kelompoknya. Definisi dari komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah

komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*. (Hermawan, 2008)

Itasha merupakan sebuah budaya baru yang terbentuk di negara Jepang di tahun 2000, pada masa awal kemunculannya stiker vynil sendiri disematkan pada kendaraan kecil, namun setelah tahun 2010 mulai berkembang besar bahkan lebih detail dengan Full Wrapping yang mencakup seluruh bodi kendaraan. (Italab, 2017) Sebelum itu, stiker hanya difokuskan pada karakter, namun sekarang lebih detail dengan penambahan background (latar belakang kendaraan) dikarenakan seniman yang menunjukkan keorisinalan karyanya. Kata *Itasha* berasal dari bahasa Jepang, kata *ita* yang berasal dari kanji *ita* (痛) berarti sakit, dan *sha* (車) yang memiliki arti mobil, maka tidak lain *Itasha* adalah “Mobil Sakit”. seiring waktu nama *Itasha* sering digunakan, namun biasa dikenal dengan nama *Moesha*. Tidak hanya mobil pada motor juga dinamakan *Itansha*, & *Itachari* pada sepeda.

Itasha merupakan sebuah hal baru yang tak lepas dari budaya *otaku* sendiri dan memiliki dua arti yang dimana sebagian orang menganggap arti dari kata tersebut adalah “sakit”. Sebagian besar orang akan melihat kendaraan *Itasha* dengan anggapan norak dan aneh bahkan merasa malu karena menjadi pusat perhatian, namun ketika membicarakan pemilik dari *Itasha* tersebut mereka merawat dan memakainya dengan bangga. Pemilik dari *Itasha* sendiri merasa senang karena menumbuhkan dapat menumbuhkan ekspresi mereka untuk percaya diri. Meskipun menuai hujatan dan dianggap aneh, perkembangan *Itasha*, *Itansha*, maupun *Itachari* pesat seiring perkembangan teknologi. Media sosial berpartisipasi serta berbagi, seperti wiki, sosial media memudahkan dunia luar mengetahui budaya *Ita*. (Damayanti Laili dan Hidayat Anggita, 2019) serta media sosial juga merupakan alat komunikasi modern yang canggih untuk memperkenalkan budaya baru. (Maliha Fitia, 2018)

Komunitas Ita Indonesia berdiri di Jakarta di tahun 2012. Saat ini, komunitas telah berkembang hampir seluruh kota di Indonesia. Jumlah anggotanya lebih dari 662 orang tersebar di wilayah Indonesia. Komunitas ini muncul pertama kali oleh pemilik *Itasha* yang berasal dari Jakarta yaitu Michael Sukiman dengan mobil Mitsubishi Lancer dari karakter Lily dan Hatsune Miku. Seiring berjalannya waktu komunitas tersebut telah memunculkan berbagai macam “Ita” seperti *Itasha*, *Itansha*, dan *Itachari* namun dominasi kendaraan yang di *Ita* adalah *Itansha*.

Komunitas Ita Indonesia region Jawa Timur baru muncul di tahun 2013 pertama di region Surabaya. Jumlah anggota keseluruhan yang berada di Jawa

Timur mencapai 149 anggota. Region Surabaya memiliki jumlah anggota lebih dari 20 orang. Karena adanya permasalahan antar anggota lain di luar Surabaya, sehingga mendirikan komunitas ICOSU (*Itasha Community Surabaya*). Pada komunitas tersebut kebanyakan terdiri dari pengguna motor “Itansha”. Dalam eksistensinya Ita Indonesia region Surabaya memperkenalkan komunitasnya seperti layaknya pada klub-klub motor lain, melaksanakan kumpul bersama atau familiarnya adalah kopdar, komunitas ICOSU pada dasarnya berdiri yang dilandaskan dengan kecintaan mereka dengan *anime* dan kendaraan bermotor. Secara spesifik komunitas ini sama dengan komunitas ataupun klub pecinta kendaraan pada umumnya, hanya yang membedakan adalah mereka membawa budaya dari luar.

Membangun suatu interaksi kepada komunitas lain, maka komunitas tersebut akan membuat suatu simbol-simbol ataupun sesuatu yang dapat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak hal yang dilakukan komunitas ini untuk menunjukkan eksistensinya sekaligus membangun hubungan sosial di masyarakat dan juga pecinta otomotif salah satunya dengan mengikuti acara-acara dari komunitas atau klub lain, seperti ikut serta *anniversary* komunitas lain, mengikuti kontes modifikasi, hingga mengikuti acara jejepangan yang diadakan di Surabaya maupun di luar Surabaya.

Untuk membangun suatu interaksi kepada komunitas lain, maka komunitas tersebut akan membuat suatu simbol-simbol ataupun sesuatu yang dapat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak hal yang dilakukan komunitas ini untuk menunjukkan eksistensinya sekaligus membangun hubungan sosial di masyarakat dan juga pecinta otomotif salah satunya dengan mengikuti acara-acara dari komunitas atau klub lain, seperti ikut serta *anniversary* komunitas lain, mengikuti kontes modifikasi, hingga mengikuti acara jejepangan yang diadakan di Surabaya maupun di luar Surabaya

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan fokus pada penelitian ini untuk melihat bagaimana bentuk internalisasi mengenai anime pada komunitas ICOSU dengan menitikberatkan pada proses Konstruksi Sosial masing-masing anggotanya dalam memahami dan penerapannya tentang anime tersebut di komunitas yang diikuti. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui bentuk pemahaman tentang *anime* pada anggota ICOSU dan mengetahui hasil internalisasi mengenai *anime* oleh anggota ICOSU

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan prespektif teori Konstruksi Sosial Peter L Berger. Teori Konstruksi Sosial menitikberatkan pada

tiga proses, pertama Obyektif, kedua Subyektif, dan ketiga Internalisasi. Berger dan Luckmann menggagas pada realitas obyektif menekankan pada aspek lingkungan yang dapat membentuk individu. Penelitian ini menjelaskan penggambaran bentuk pemahaman serta hasil internalisasi pada komunitas ICOSU dari *anime*. Penelitian dilakukan disekitaran Surabaya PUSVETMA, Jawa Timur, Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder, data primer yaitu mewawancarai anggota ICOSU. Kedua, observasi dengan cara menjadi partisipan atau menjadi anggota didalam ICOSU. Dokumentasi berupa foto kegiatan-kegiatan anggota ICOSU selama berkumpul dengan anggota lainnya. Data sekunder menggunakan data pendukung yaitu penelitian terdahulu, bertujuan untuk menganalisis sekaligus menyusun laporan penelitian. Teknik analisis data menggunakan *Miles* dan *Huberman* yaitu data reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Rangkaian proses yang terbentuk pada anggota ICOSU dari individu satu dengan yang lain. Individu dalam komunitas memiliki pemahaman baru mereka mengenai *anime*. Pemahamannya tersebut didapatkan dari pengalamannya selama bersosialisasi. Pemahaman baru tidak muncul seketika, terdapat proses dari Konstruksi Sosial Peter L Berger yang digunakan. Mengacu dari buku Tafsir Sosial Atas Kenyataan (Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan). Dikenal sebagai tiga stimultan, pertama eksternalisasi (obyektif), kedua obyektivasi (subyektif), dan ketiga internalisasi. Masing-masing stimultan tersebut mempunyai peran spesifik tersendiri dan berkaitan satu dengan lain. Tujuannya adalah untuk membangun pemahaman baru dari apa yang mereka ketahui selama berlangsungnya sosialisasi di lingkungannya.

A. Obyektif

Obyektif muncul dari apa yang dilihat langsung, kemudian masyarakat menafsirkan berdasarkan pengetahuan di kehidupan sehari-hari. Obyektif yang ada di masyarakat sebagai penyamaan dirinya atas dunia sosiokultural produk masyarakat. Serta pengalaman dari manusia juga menentukan berbagai konsekuensi bagi analisa aktivitas di lingkungannya. Sekaligus sebagai hasil eksternalisasi mengenai makna-makna dari subyektif. Kehidupan sehari-hari menampilkan kenyataannya, dipahami manusia dan tidak hanya diterima begitu saja, sebagai suatu kenyataan yang secara langsung diterima oleh masyarakat di dalam perilaku makna subyektif di kehidupannya. Ia merupakan sebuah representasi berupa pikiran-pikiran dan tindakan mereka yang dipelihara serta dianggap “nyata” oleh tindakan serta

pikiran tersebut (Parera M, 1990). Obyektif dibagi menjadi dua yaitu Pelembagaan dan Legitimasi.

Pelembagaan muncul ketika melihat kenyataan yang dibangun berdasarkan realitas yang ada di masyarakat Indonesia. Ketika masyarakat melihat tontonan di tahun 1990 sampai 2000an dikarenakan merupakan tontonan untuk anak-anak. Dikala menikmati waktu akhir pekan di rumah karena masa itu banyak sekali tontonan yang menarik dilihat. Seperti Inuyasha, Captain Tsubasa, Samurai X, Doraemon, Detective Conan dan masih banyak lagi. Dengan tontonan yang ada tersebut serta berkembangnya *anime* maka terdapat pendapat baru. Orang dewasa menonton *anime* dianggap seperti anak kecil dan mereka mendapatkan sebuah bullyan. Sebagian menolak anggapan tersebut dengan berbagai alasan tertentu. Seiring waktu anggapan tersebut menguat dan terbentuk suatu kebenaran yang berlandaskan asumsi di kehidupan sehari-hari.

Pelembagaan yang muncul terletak pada lingkup sosial yang bisa ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya masyarakat yang berperan dalam mengembangkan asumsi tersebut karena adanya latar belakang historis kehidupan sehari-hari. Serta institusi lain, salah satunya sekolah dimana teman sekolah turut berperan dalam membangun mengenai asumsi tentang *anime*. Dari dua pelembagaan yang disebutkan mengerucut pada satu hal yaitu historis semasa hidup.

Kemudian legitimasi juga bagian dari obyektif, digambarkan sebagai obyektivasi tingkat dua, yaitu legitimasi membuahkan hasil berupa makna baru. Fungsinya untuk menyatukan makna-makna yang sudah diberikan, selanjutnya dilembagakan secara obyektif dan terlihat masuk akal secara subyektif. Legitimasi juga tidak hanya memberitahukan individu tersebut tentang “kenapa atau mengapa harus melakukan tindakan itu?”. Melainkan juga memberitahukan yang lain kepadanya “mengapa segala hal berjalan seperti apa adanya”.

Lantas legitimasi dibagi menjadi empat tahapan, pertama bentuk awal muncul pengalihan obyektivasi linguistik pengalaman manusia. Kedua, legitimasi bentuk proposisi-proposisi yang bentuknya belum sempurna, contohnya peribahasa, legenda, cerita rakyat. Ketiga, legitimasi teori-teori yang cenderung lebih tegas, sektor kelembagaan dilegitimasi berdasarkan perangkat pengetahuan yang berbeda. Legitimasi keempat adalah universum simbolis, merupakan matriks keseluruhan makna, diobyektivasi secara nyata dan dianggap subyektif. Universum ini secara struktur memberikan urutan yang hierarkis dan mendefinisikan fenomena-fenomena yang ada.

Menjaga universum yang sudah terbentuk terdapat dua cara yaitu terapi dan penihilan. Cara tersebut

memiliki alat masing-masing untuk menjaga tatanan yang terbentuk. Cara pertama dari terapi adalah dengan cara memberikan status negatif kepada fenomena yang terkait. Kedua cara penihilan adalah ketika konsepsi-konsepsi dari individu tersebut dimasukkan kedalam universum tersebut. Perlu dijelaskan kembali sejak awal bahwasannya masyarakat modern merupakan masyarakat yang majemuk. Mereka mempunyai universum inti secara bersama, khusus, dan berbeda-beda. Berdampingan satu dengan yang lain sambil menyesuaikan diri sama lain, Kemajemukan pada masyarakat modern mempunyai pola pikir yang berbeda, kemajemukan mendorong skeptisme dan inovasi.

Legitimasi pada anggota ICOSU adalah masyarakat memberikan asumsi bahwa orang yang menonton *anime* dianggap aneh. Selanjutnya di institusi sekolah ada seseorang yang suka dengan *anime* dan mendedikasikan. Kendaraannya bertemakan *anime* atau karakter dari *anime* yang disukai dianggap anak kecil dan seperti perempuan

B. Subyektif

Subyektif merupakan produk yang berasal dari obyektif, mereka saling berkaitan satu dengan yang lain. Ketika ide-ide dan opini dijadikan sebagai suatu hal nyata, maka tahapan selanjutnya adalah Objek. Objek dianggap sebagai suatu yang benar kenyataannya dan tidak timbul dengan sendirinya. Melainkan melibatkan berbagai unsur seperti habituasi dan juga interaksi. Proses yang sudah ada disepakati secara bersama dan dilakukan berulang-ulang menggunakan interaksi sosial.

Masyarakat secara langsung menerima pendapat berdasarkan asumsi karena keterbatasan pengetahuannya, disebut dengan *stock of knowledge*. Otomatis mereka akan menerima pendapat yang berasumsi dari subyektif belaka dengan dalih “kata orang”. Produk dari Subyektif adalah *output* dari Obyektif, ketika masyarakat membuat suatu asumsi yang sudah dibenarkan. Seperti anggapan baik melalui pengetahuan, maka bagi pelakunya tersebut mereka akan memaknai hal tersebut beragam. Komunitas ICOSU berdiri ketika anggapan masyarakat mengenai *anime*, anggota ICOSU menyukai *anime* maupun karakternya. *Anime* memiliki makna yang berbeda-beda, namun yang pasti merupakan sebuah gambaran akan kesukaannya. Disematkan di kendaraannya sebagai suatu penggambaran antara dirinya dan ia suka. Subyektif terbagi dua yaitu Sosialisasi Primer dan Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi Primer berangkat dari masyarakat yang dianggap ada dikarenakan memiliki dua hal. Baik secara Subyektif maupun Obyektif, pemahaman mengenai masyarakat tersebut harus mencakup dari kedua aspek itu. Masyarakat dipahami dari segi dari

proses dialektisnya yang berlangsung secara terus menerus. Terdapat tiga hal di dalamnya; pertama subyektif atau dikenal dengan eksternalisasi. Kedua obyektif atau obyektivasi, dan yang ketiga internalisasi. Titik utama dari sosialisasi yaitu Internalisasi yaitu suatu pemahaman yang berlangsung dari peristiwa obyektif. Pengungkapan sebuah makna, artinya apa yang didapat subyektif bagi orang lain, juga akan bermakna bagi dirinya. Secara kompleks, pemahaman mengenai internalisasi tidak hanya memahami individu lain saja yang proses obyektifnya terbentuk. Melainkan juga memahami dunia yang ia berada dan yang berada juga termasuk dunia kita sendiri.

Sosialisasi Primer merupakan garda pertama individu berada, mulai masa kanak-kanak dianggap sebagai masyarakat. Individu lahir tidak hanya muncul begitu saja, individu lahir berada di dunia kenyataan obyektif. Bertemu dengan orang lain yang berpengaruh, tujuannya adalah untuk menginternalisasi dunia yang obyektif. Terpenting adalah fakta yang sudah ada yaitu individu tidak mengoper peranan dan sikap orang lain. Mengoper proses dunia individu tersebut, internalisasi dalam sosialisasi primer berbeda dari masyarakat satu dengan lainnya. Tidak dipungkiri juga ada masyarakat ada yang sama yang harus di internalisasi adalah bahasa. Bahasa merupakan hal yang penting karena dapat menentukan sekaligus dapat mengklasifikasi individu waktu kecil. Dunia semasa kecil dianggap sebagai hal yang mengenang dari asal muasal individu berada. Dikatakan dunia dianggap rumah sendiri, sosialisasi primer berakhir apabila pemahaman orang lain tertanam di individu.

Analisis ini merujuk pada *anime*, obyektif sebelumnya menganalisa mengenai ungkapan aneh, anak kecil dan perempuan. Dengan melihat sejarahnya bahwa *anime* menjadi populer di Indonesia pada tahun 2000. Ditandai dengan stasiun televisi swasta nasional TV7 dengan banyak menyiarkan *anime*. Tayangan populer seperti Rurouni Kenshin dari Samurai X, disiarkan bulan Maret hingga Juni tahun 2000. Disusul dengan televisi lain seperti Trans TV, ANTV, RCTI, dan Global TV. (Andina, 2014)

Rata-rata anggota ICOSU lahir di tahun 1996-1998, umur antara 2 hingga 4 tahun. *Anime* mengalami perkembangan yang cukup pesat dan di era kelahiran sebelum 2000. *Anime* menjadi tontonan yang favorit ditonton pagi hari bersama keluarga. Waktu proses anak-anak mencari apa yang disukai perihal tontonannya sesuai keinginannya. Terlepas itu peranan orang tua juga memberikan sebuah tontonan yang sesuai dengan anaknya tersebut. Penjabaran diatas juga bisa dijelaskan bahwa anggota ICOSU

“mengenang masa kecilnya”. ICOSU dianggap sebagai tempat dunianya sewaktu masa kecil.

Kedua, Sosialisasi Sekunder ada ketika sosialisasi primer terbentuk, makna dari Sosialisasi Sekunder yaitu internalisasi. Arti dari sosialisasi sekunder yaitu “subdunia” (Parera M, 1990) terdapat berbagai masyarakat di dalamnya. Mereka mempunyai distribusi pengetahuan berbeda-beda sesuai pembagian kerja yang menyertainya, penyaluran pengetahuan melalui sosial. Sosialisasi Sekunder adalah proses mendapatkan pengetahuan khusus sesuai dengan peranannya. Peranan itu baik secara langsung maupun tidak berasal dari pembagian kerja, subdunia yang dijelaskan sebelumnya. Didasarkan oleh internalisasi yang memerlukan simbol-simbol tertentu.

Kegiatan pada proses sosialisasi sekunder tidak mengandaikan tingkatan tinggi, memungkinkan belajar rasional serta emosi terkendali. Pada tahapan proses ini individu belajar mengenai makna atau kenyataan yang didapat. Pelembagaan maupun orang lain, ketika individu terikat akan kenyataan baru yang didapat. Individu mendedikasikan seluruh hidupnya pada hal baru, sosialisasi sekunder komunitas ICOSU mendapatkan pengetahuan yang berbeda. Anggota ICOSU mempunyai pemahaman akan dunianya masing-masing dalam menyikapi *anime* itu seperti apa. Tidak menolak pemahaman tentang hal baru mengenai *anime* karena dianggap sebagai pengetahuan baru. Dipahami dan direpresentasikan dalam berbagai jenis, proses dari mendedikasikan kenyataan baru merupakan bentuk Internalisasi.

Internalisasi merupakan hasil akhir dari rangkaian proses dari Kontruksi Sosial. Dijabarkan terlebih lanjut bahwa tidak harus posisi berurutan antara Subyektif ke Obyektif. Posisi mereka dinamis bisa diubah posisinya karena mereka terkait satu dengan lain yang menghasilkan *output*. Dikenal sebagai Internalisasi, berupa bentuk pemahaman serta hasil internalisasinya. Internalisasi terbentuk karena proses Obyektif dari Pelembagaan berupa instansi seperti masyarakat dan sekolah. Legitimasi yang muncul terdapat pada ungkapan dari pelembagaan sebelumnya berupa aneh, anak kecil, dan perempuan. Proses selanjutnya Subyektif, terbagi menjadi dua yaitu Sosialisasi Primer dan Sosialisasi Sekunder. Sosialisasi Primer berupa keluarga, memberikan tontonan yang sesuai pada anaknya semasa kecil tontonannya berupa *anime*. Sosialisasi Sekunder terdapat pada komunitasnya ICOSU mereka berkumpul dengan historisnya sendiri ketika memahami *anime*. *Anime* pada pemahaman anggota ICOSU, terdapat tiga yaitu *waiifu*, menjelaskan anggotanya memanggil karakter yang disukai. Penggambaran *waiifu* yaitu idola, kesukaan dari karakter tersebut, baik dari *anime*, *game*, ataupun

manga. Kedua, mengoleksi merchandise pada tahapan ini mereka mengekspresikan atau mendedikasikan apa yang disukai. Biasanya mengoleksi benda bertemakan karakter yang disukai, seperti mengoleksi *action figure*, baju, pin, atau jaket. Ketiga yaitu *Itasha*, anggota ICOSU ingin menampilkan kepada khalayak umum tentang karakter yang disukai. Mereka merepresentasikan berupa kendaraannya ditempelkan stiker dengan karakter disukai baik *anime*, *game*, ataupun *manga*. Cenderung mirip penjelasan nomor dua, yang membedakan adalah untuk kepuasan serta konsumsi pribadi. Proses ketiga adalah cenderung memberikan ke orang lain mengenai apa yang ia suka.

PENUTUP

Kesimpulan

Komunitas ICOSU memahami *anime* berlatar belakang dari historis masing-masing. Konstruksi Sosial terbentuk karena tiga proses, Obyektif dari Pelembagaan berupa instansi seperti masyarakat dan sekolah. Legitimasi yang muncul terdapat pada ungkapan dari pelembagaan berupa aneh, anak kecil, dan perempuan. Proses selanjutnya Subyektif, terbagi menjadi dua yaitu Sosialisasi Primer dan Sosialisasi Sekunder. Sosialisasi Primer berupa keluarga, memberikan tontonan yang sesuai pada anaknya semasa kecil tontonannya berupa *anime*. Sosialisasi Sekunder terdapat pada komunitasnya ICOSU mereka berkumpul dengan historisnya sendiri ketika memahami *anime*. Proses akhir dari konstruksi sosial yaitu Internalisasi, individu memahami *anime* kemudian membentuk suatu hal baru. Hal baru diinternalisasikan ke diri berupa kenyataan baru, anggota ICOSU memahami dan menjelaskan bentuk *anime*. *Anime* direpresentasikan seperti *waiifu* yaitu karakter yang disukai dari salah satu *anime* yang ditonton. Mengoleksi merchandise dari karakter yang disukai dan biasanya berupa *action figure*, baju, jaket, dan pin. *Itasha* yang merupakan bentuk dedikasi pada karakter yang disukai berupa kendaraan ditempelkan stiker karakternya tersebut.

Saran untuk memperjelas kriteria atas selera dari kesukaan karakter *anime* perlu adanya penjabaran lebih komprehensif. Mempertimbangkan aspek umur kaitannya umur juga tentang historis dilihat dan dialami dalam kehidupannya waktu kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, E. (2014) “Anime Dan Persepsi Budaya Kekerasan Pada Anak Usia Sekolah,” *Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR*, hal. 6.
- BPS (2016) *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2016*, Badan Pusat Statistik. Tersedia pada:

<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133> (Diakses: 21 November 2018).

Damayanti Laili, N. dan Hidayat Anggita, M. (2019) "Hiperreality Of Social Media: A Phenomenology Study of Self Confession of Housewives of Facebook Users," *The Journal of Society and Media*, 3(2), hal. 261–277. Tersedia pada: <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/article/view/5329/3028>.

Hermawan, K. (2008) *Arti Komunitas*. Jakarta: Gramedia.

Italab (2017) *We Present Itasha, Italab Company*. Tersedia pada: <http://www.italab-tokyo.com/itasha/> (Diakses: 26 November 2018).

Maliha Fitia, N. (2018) "PENGARUH MEDIA SOSIAL PADA GERHANA BULAN SUPER BLUE BLOOD MOON," *Journal of Social & Media* 2018, 2(1), hal. 1–2. Tersedia pada: <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/article/view/2323/1963>.

Nugroho J, S. (2003) *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media.

Parera M, F. (1990a) *Tafsir Sosial Atas Kenyataan (Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan)*. Diedit oleh I. Ahmad. Jakarta: Unit Percetakan LP3ES.

Parera M, F. (1990b) *Tafsir Sosial Atas Kenyataan (Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan)*. Diedit oleh I. Ahmad. Jakarta: LP3ES.

Susanto, B. (2014) *Sepeda Motor: Peran dan Tantangan, Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia*. Tersedia pada: http://www.aisi.or.id/fileadmin/user_upload/Download/01.BambangSusantono.pdf (Diakses: 3 Maret 2018).

